



V.l.n.r.: Henk Hille, Jan Janssens, Matthijs van der Gugten, Jan Luitzen en Wilko de Graaf.

Jan Janssens

Lectoraat Sportbusiness Development

Hogeschool van Amsterdam

Waar andere lectoraten met de nodige voorzichtigheid spreken over het inschakelen van studenten bij onderzoek, denkt Jan Janssens precies tegenovergesteld. De oud-directeur van het W.J.H. Mulier Instituut kent de kracht van actuele, betrouwbare data en verkeert als lector aan de Hogeschool van Amsterdam (HvA) onder ruim 600 jongeren van wie, naar hij hoopt, velen in het kader van hun opleiding betrokken willen raken bij onderzoeksprojecten. Een van de leden van zijn kenniskring Sport, Management en Ondernemen, is inmiddels bezig met het opzetten van een systeem waarbij een hele jaargang studenten als onderzoeker het veld in wordt gestuurd. Het is een van de activiteiten waarmee Janssens zijn lectoraat een eigen gezicht geeft.

“Sportbusiness Development” is bedacht als naam voor het lectoraat dat de opleiding Sport, Management en Ondernemen van de Hogeschool van Amsterdam als onderdeel van het domein Bewegen, Sport en Voeding, wilde instellen. ‘Maar dat roept in mijn ogen eigenlijk te veel associaties op met commerciële sport en met geld verdienen en dat vind ik wat te schraal’, zegt Janssens. Het maakt duidelijk dat lector en kenniskring hebben moeten zoeken naar de invulling van dit relatief nieuwe onderdeel van de opleiding. ‘De achtergrond van het lectoraat is, net als bij de meeste collega’s, de wens om als docenten niet alleen bezig te zijn met het doorgeven van kennis, maar samen met de studenten ook zelf kennis te verwerven door onderzoek. Waar onderzoek en onderwijs elkaar aan de universiteiten, als het goed is, in evenwicht houden, was de verhouding hier misschien 95 tegen 5 procent.’

‘Als kenniskring binnen Sport, Management en Ondernemen bestrijken we een breed gebied. Het gaat niet alleen om de nieuwe zakelijke ondernemingen op het gebied van sport en bewegen, maar ook om het vernieuwen van bestuur en management van bestaande organisaties. Maar het denken en opereren als onderneming is wel een onderscheidend thema voor onze opleiding.’

‘Als je hun wat vaardigheden bijbrengt, leveren ze uitstekende data aan.’

Voor Janssens was de stap naar het hoger beroepsonderwijs een nieuwe ervaring. ‘Ik vind het altijd leuk iets te maken uit niets. Een beetje pionieren en dan kijken wat je van de grond kunt krijgen, ook al is het niet eenvoudig om dan meteen succes te boeken. Na mijn aanstelling in april 2009 ben ik daarom eerst een paar maanden gaan observeren en praten: wat voor studenten lopen hier rond, wat willen de docenten en hoe pakken andere lectoren het aan? Ik heb toen, in samenspraak met verschillende mensen uit de opleiding, een plan gemaakt om mijn eigen draai aan dit lectoraat te geven.’

‘Waarbij Jan zijn ideeën vanuit het W.J.H. Mulier Instituut, waar hij tot mei 2008 directeur was, deels heeft meegenomen’, voegt Henk Hille, docent en lid van de kenniskring, daaraan toe.

Dat zal in het vervolg van dit hoofdstuk blijken, want een deel van de onderzoeksthema’s waar het W.J.H. Mulier Instituut over publiceerde, krijgt in Amsterdam een vervolg. ‘Ik heb in het verleden al vaker gedacht aan mogelijkheden om studenten bij onze onderzoeken te betrekken. Nu zit ik er middenin en is dat binnen bereik gekomen’, zegt Janssens.

Zelf heeft hij een aanstelling van 0,6 fte – die hij combineert met het parttime voortzetten van zijn eigen bedrijf voor sportonderzoek, Chionis.

Janssens richtte de kenniskring in als een ‘dynamisch gezelschap, waar docenten in principe twee jaar in meedraaien. Ze zijn dan voor één dag per week vrijgesteld voor dit onderzoekswerk.’

Voorwaarde voor het goed functioneren van het lectoraat is, dat de studenten, maar ook het deel van de docenten die daar geen ervaring mee heeft, vaardigheden ontwikkelen op het gebied van wetenschappelijk onderzoek. ‘We leven weliswaar geen onderzoekers af, zoals universiteiten dat doen, maar wel mensen die onderzoek op een kritisch analytische manier kunnen beoordelen en zelf praktijkgericht onderzoek kunnen opzetten. Het is ook een leerproces om op een wat hoger abstractieniveau te gaan denken.’

Hille: ‘Het idee dat HBO-studenten daar niet toe in staat zouden zijn, is echt een verouderd cliché. Er zijn genoeg studenten te vinden die een goede bijdrage kunnen leveren, zeker als de onderwerpen dicht bij de sport liggen. Als je hun wat vaardigheden bijbrengt, leveren ze uitstekende data aan.’

Een van de onderzoeksprogramma’s binnen het lectoraat richt zich op de toepassing van nieuwe media in de sport. Wilko de Graaf, docent marktonderzoek met een beroepsverleden in de ICT-sector, is binnen de kenniskring verantwoordelijk voor dit onderzoek. Hij deelt die verantwoordelijkheid met Carel Klaver, een collega-docent van de HvA-opleiding Sportmarketing die ook lid is van de kenniskring.

‘Die nieuwe media vormen een braakliggend onderzoeksgebied. We hebben gezocht naar literatuur, maar die blijkt er, ook in het buitenland, nog nauwelijks te zijn, dus het is een mooie kans om met iets nieuws te komen. We laten studenten afstudeeronderzoeken doen naar allerlei verschillende facetten en sprokkelen zo kennis en inzichten bij elkaar. Zo heeft een studente vorig jaar onderzocht hoe topsporters gebruikmaken van Twitter, wat ze ermee beogen en wat hun “followers” ervan verwachten.’

‘In de eerste fase heeft ze gekeken naar de content, dus naar wat topsporters precies twitteren. Daarnaast heeft ze een aantal sporters geïnterviewd. Daarbij bleek al meteen een verschil tussen teamsporters en individuele sporters. De laatsten zien Twitter veel vaker als “deel van hun werk”, als middel om zich te profileren en als medium om met fans te communiceren.’ ‘Inmiddels is een andere studente met een vervolgonderzoek aan de slag. Er zijn ook onderzoeken gestart naar het gebruik van sportapps, de toepassing van sociale media door betaaldvoetbalorganisaties, en tijdens sportevenementen.

De Graaf: ‘We hebben eerder ook onderzocht hoe bedrijven en organisaties in de fitnesswereld sociale media als Facebook en Twitter inzetten om contact te onderhouden met hun klanten en leden. Daar kwam bijna niets uit en als er al iets gedaan werd, was het vrijwel louter zenden en geen interactie.’

Sport en Kennis



Deze preview is een gedeelte uit het boek:

Sport, haar lectoren en kenniskringen
Sportonderzoek op het HBO

[Meer informatie](#)



Voor meer artikelen en andere uitgaven kunt u terecht op www.sportenkennis.nl